

“教育のゲーミフィケーション”を具現化！クラウド型学習システム「すらら」 Web マーケティングによる生徒募集サポートの提供開始 ～保護者の情報収集ルートの変化によるチラシ反応率の低下に対応～

株式会社すららネット（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：湯野川孝彦）では、「すらら」を導入いただいている学習塾に対し、Web マーケティングによる生徒募集サポートの提供を11月1日より開始します。

Web マーケティングによる生徒募集サポートは、リスティング広告掲載代行を月額1万円という少額でご利用いただけるサービスで、今後、他のWeb マーケティングの分野にもサービスを拡大予定です。学習塾という業界に絞って生徒募集のWeb マーケティングを実施し、蓄積されたノウハウを「すらら」の導入学習塾向けの勉強会等で共有し、低コストで生徒募集を成功させるという好循環を実現することを狙いとしています。

最近、新聞購読率の低下、情報収集ルートの多様化、少子化に加え、学習塾の競争の激化等の影響を受け、7～8年前と比較すると、ここ最近のチラシの反応率は半減しているという状況です（当社調べ）。

中でも、保護者が学習塾の情報を得る媒体や手段は大きく変化し、以前はほとんどがチラシでしたが、最近の保護者はチラシを見て興味を持った後に、ホームページやSNS サイトなどで塾長の人柄や塾の様子など自ら情報を集め、自分の子どもに合っているかを確認した上で、学習塾に問い合わせをするように変化してきています。

こういった1つの情報で問い合わせをせず“複合認知”で情報を集める保護者に対応するため、学習塾では、ホームページなどのWeb マーケティングに力を入れていくことが必要になってきています。

このような状況に際し、ホームページやSNS サイトへの情報掲載を行う塾は増加していますが、ターゲットとなる消費者にリーチしなければ、生徒募集にはつながりません。

しかし、現状、消費者まで情報を届けるためのweb マーケティング施策を積極的に行っている学習塾は、非常に少ないという状況です。

学習塾ではインターネットのリテラシーの問題に加え、本来の業務である教務を行いながらWeb マーケティングの細かな検証と改善に力を入れていくことが困難であるためです。

さらに、多くの広告代理店は月額10万円程度の最低利用金額を設けており、予算的にも取り組みにくい状況があります。

すららネットでは、このような市場環境の変化を鑑み、「すらら」導入学習塾向けのリスティング広告による生徒募集サポートを開始するに至りました。実際に、「すらら」を導入いただいている学習塾の中には、リスティング広告などのWeb マーケティングに力を入れることにより、ホームページ経由のお問合せが毎月3、4件コンスタントに得られる塾も出てきています。

今後も、「すらら」を導入いただいている学習塾の更なるサポートができるよう、サービス開発に力を入れてまいります。

■クラウド型学習システム「すらら」とは

【学習範囲】 小学校高学年～高校3年生までの学習指導要領に準拠

【対応教科】 英語・数学・国語

【利用者数】 約28,000名（2014年5月末現在）

【特徴】

○Point 1 スモールステップでわかりやすいインタラクティブ授業

1つの単元は10から15分程度で、小さな階段を少しずつ上るような構成。

しかも授業は一方的ではなく、随所で先生役のキャラクターが問いかけを行い、問題に答えていくというインタラクティブスタイル。そのため、飽きることなく、適度な緊張感を持続し、楽しみながら学習を進めていくことが可能。

○Point 2 難易度調整や弱点診断ができる演習ドリル

一人ひとりの理解度に応じて出題される問題の難易度を調整する「出題難易度コントロールシステム」を搭載。「簡単すぎず難しすぎない」問題が出題されることで、達成感を感じ自信を深めながら、学習を進めることが可能に。また、何がわからないから問題が解けないのか理由を探る「弱点自動判別システム」も搭載。

○Point 3 現役の塾の先生による手厚いフォロー

いつまでどこまでの学習をするかといった「月1回の目標設定」や、つまづいているところがないか「週1回程度の電話やメールでの進捗確認」など、継続して取り組めるよう現役塾講師がフォロー。また、クラウド型学習だからこそ、学習内容や正答率・解く速さなども詳細に把握できるので、お子様一人ひとりに応じたきめ細やかな学習指導が可能。

<参考>これまでのeラーニング教材の大半は以下の3パターン

1. 動画配信型：カリスマ講師のレクチャービデオを視聴するタイプ
「理解」にはすぐれているが「反復」の部分がないためやりっぱなしになってしまい、実力が身につかない傾向がある。また、一方的な説明となるため、比較的意識の高いお子様でない、集中力が続かない。
2. 問題集型：問題集の結果をパソコンに打ち出して結果分析をするタイプ
「定着」にすぐれているが「理解」の部分がないため、学力の高い生徒でない、一人で学習を進めることが困難な傾向がある。
3. ゲーム型：携帯用ゲーム機などを使って学習するタイプ
非常に楽しく学習できるが、単語など反復による暗記系が中心で、体系的な学習には不向き。

「すらら」はこうしたそれぞれの短所を補い、長所を相乗効果的に組合せた、理想の"次世代型教育システム"です。

■すららの「ゲーミフィケーションの要素」

- ①他のユーザーと「総学習時間」や「クリアユニット数」で競い合う緊張感
- ②キャラクターによる対話形式で根本理解を深める本格的なレクチャー
- ③ドリルパートにて、生徒ごとにカスタマイズされた問題を解き、各ステージをクリアするという快感



努力指標（学習時間・クリアユニット数）におけるランキング

学習レベル：「累計総学習時間」「累計総クリアユニット数」によって自分のステータスが、ランクアップする仕組み

今日の目標一覧：自分or先生が設定した目標ユニットが表示される

クリアユニット数の推移

■株式会社すらら ネット 会社概要

- 設立：2008年8月 ○ 資本金：11,325万円 ○ 所在地：東京都千代田区内神田
- 事業内容：クラウド型学習システムによる教育サービスの提供および運用コンサルティング、マーケティングプロモーション及びホームページの運営
- 会社URL：<http://surala.jp/>